

ANALISIS TINGKAT PELAYANAN KARGO TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA EMPU PT ANGKASA PURA LOGISTIK DI BANDAR UDARA JENDRAL AHMAD YANI MENGGUNAKAN METODE CSI

Herliana Febri Audrenata

Politeknik Transportasi Darat Bali
Jl. Cemp.Putih, Samsam, Tabanan, Bali 82111
herliana023@gmail.com

Putu Ayu Govika Krisna Dewi

Politeknik Transportasi Darat Bali
Jl. Cemp.Putih, Samsam, Tabanan, Bali 82111
govikakrisna@gmail.com

Muhammad Alfian Putra

Politeknik Transportasi Darat Bali
Jl. Cemp.Putih, Samsam, Tabanan, Bali 82111
putra.2202037@taruna.poltradabali.ac.id

Putu Diva Ariesthana Sadri

Politeknik Transportasi Darat Bali
Jl. Cemp.Putih, Samsam, Tabanan, Bali 82111
diva@poltradabali.ac.id

Abstract

Cargo services provided by PT Angkasa Pura Logistik at Jenderal Ahmad Yani Airport is an important facility for sending and receiving goods. Considering that PT Angkasa Pura Logistik is a subsidiary of PT Angkasa Pura I, its service performance will be closely monitored. Cargo services at EMPU (Aircraft Cargo Expedition) are considered important to evaluate because meeting consumer expectations can increase customer satisfaction and strengthen the company's competitiveness in the rapidly growing service industry. The research uses Customer Satisfaction Index (CSI) analysis with five dimensions including reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible to measure customer satisfaction. The results of the study showed that the satisfaction level with the cargo services provided reached 92.8%, which was included in the category of "very satisfied" (range 0.81-1.00). It can be concluded that EMPU customers of PT Angkasa Pura Logistik is very satisfied with the service received.

Keywords: EMPU (Aircraft Freight Forwarding), Customer Satisfaction, Customer Satisfaction Index (CSI), shipping goods, receiving goods.

Abstrak

Layanan kargo yang disediakan oleh PT Angkasa Pura Logistik di Bandar Udara Jenderal Ahmad Yani merupakan fasilitas penting untuk pengiriman dan penerimaan barang. Mengingat PT Angkasa Pura Logistik adalah anak perusahaan PT Angkasa Pura I, kinerja layanannya akan diawasi secara ketat. Pelayanan kargo pada EMPU (Ekspedisi Muatan Pesawat Udara) dinilai penting untuk dievaluasi karena memenuhi harapan konsumen dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing perusahaan dalam industri jasa yang berkembang pesat. Penelitian menggunakan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* untuk mengukur kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan terhadap layanan kargo yang diberikan mencapai 92,8%, masuk dalam kategori "sangat puas" (rentang 0,81-1,00). Dapat disimpulkan bahwa pelanggan EMPU PT Angkasa Pura Logistik sangat puas dengan layanan yang diterima.

Kata-kata kunci: EMPU (Ekspedisi Muatan Pesawat Udara), kepuasan pelanggan, *Customer Index Satisfaction* (CSI), pengiriman barang, penerimaan barang.

PENDAHULUAN

Berdasarkan data statistik, Kota Semarang mengalami perkembangan pesat yang berdampak positif pada laju pertumbuhan ekonominya. Salah satu sektor yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian Kota Semarang adalah sektor transportasi dan

pergudangan. Untuk mendukung kegiatan ekonomi ini, tersedia berbagai akses transportasi yang mudah seperti truk, bus, kapal, dan pesawat. Pesawat udara menjadi pilihan populer di kalangan masyarakat karena kecepatan dan efisiensinya. Dalam mendukung mobilisasi transportasi udara di Semarang, peran Bandar Udara Jenderal Ahmad Yani menjadi sangat penting. Salah satu layanan yang disediakan adalah Ekspedisi Muatan Pesawat Udara (EMPU), yang berfungsi sebagai agen penghubung antara pengguna jasa terminal kargo dan perusahaan penerbangan kargo (Ridho et al., 2024). Layanan EMPU ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang merupakan faktor kunci dalam kesuksesan bisnis, termasuk dalam jasa pengiriman yang dikelola oleh PT Angkasa Pura Logistik. Kepuasan pelanggan merupakan respons emosional berupa rasa puas atau kecewa yang timbul ketika pelanggan mengevaluasi kesesuaian antara harapan mereka dan persepsi terhadap kinerja layanan yang diterima (Rio Sasongko et al., 2021). Kepuasan akan tercapai jika apa yang diterima dan dirasakan pelanggan sesuai dengan harapannya (Ardianti dan Waluyo, 2021). Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen agar menciptakan kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung setia, memilih untuk terus menggunakan jasa tersebut, dan memberikan ulasan positif yang pada akhirnya membantu perusahaan bersaing dengan perusahaan jasa lainnya (Anshari dan Fajar, 2022).

Perlu dipahami bahwa terdapat beberapa aspek penting untuk mengkaji tingkat pelayanan kargo terhadap kepuasan pengguna jasa EMPU (Ekspedisi Muatan Pesawat Udara) di PT Angkasa Pura Logistik. Pertama, kualitas pelayanan kargo secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna jasa, pelayanan yang buruk akan menurunkan tingkat kepuasan. Perusahaan dapat menggunakan metode observasi, wawancara langsung, atau kuesioner untuk mengukur kualitas layanan. Metode ini memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi tingkat pelayanan kargo terhadap kepuasan pengguna jasa EMPU PT Angkasa Pura Logistik. Selain itu, penting untuk membandingkan realitas pelayanan dengan harapan pengguna jasa. Apabila pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan maka tingkat kepuasan pengguna jasa akan menurun, sehingga perusahaan harus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data primer dan sekunder diperlukan dalam proses pengumpulan data. Data primer merupakan data yang dikumpulkan melalui observasi atau wawancara secara langsung dengan pelanggan menggunakan kuesioner yang telah disebar kepada konsumen yang akan mengirim barang, sedangkan data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari sumber data terkait serta dokumen perusahaan. Data ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk melakukan penelitian dan semua informasinya bermanfaat dalam menyusun laporan.

Penelitian menggunakan kuesioner untuk memperoleh data primer yang lebih spesifik. Data yang didapatkan berupa jawaban pelanggan atas pertanyaan yang telah

diberikan. Kuesioner disebarikan kepada pelanggan dari EMPU PT Angkasa Pura Logistik. Kuesioner menggunakan skala *Likert's Summated Rating* (LSR). Atribut dimensi kualitas layanan dianalisis dengan teknik kuantitatif dan dilakukan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Teknik menghitung nilai kepuasan pelanggan berdasarkan data primer dilakukan dengan menentukan jumlah sampel dengan Slovin, uji validitas, uji reliabilitas, dan selanjutnya *Customer Satisfaction Index* (CSI).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji kecukupan data merupakan langkah pertama dalam proses pengolahan data untuk menentukan apakah data yang dikumpulkan cukup untuk mewakili populasi. Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap sampel yang dikumpulkan, selanjutnya peneliti melakukan analisis data primer dengan menghitung tingkat kepuasan pelanggan melalui pendekatan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Kuesioner

Prasetyo (2016) menyebutkan bahwa terdapat lima penentu kualitas jasa berupa *Tangible, Reliable, Responsiveness, Assurance, Empaty* yang akan disebarikan kepada responden. Teknik yang digunakan pada pengukuran kuesioner yaitu salah satunya *Likert's Summated Rating* (LSR). Skala ini menggunakan skala ordinal untuk mengukur tingkat intensitas sikap atau perasaan seseorang terhadap sesuatu. Dalam penilaian ini, diberikan skor mulai dari yang terkecil hingga yang terbesar.

Total kuesioner yang telah diberikan pada responden adalah sejumlah 95 responden. Dalam kuesioner yang dibagikan terdapat komponen pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui tentang layanan kargo yang diberikan oleh EMPU PT Angkasa Pura Logistik kepada pelanggannya. Berikut merupakan responden yang sudah melakukan pengisian kuesioner tersebut:

Total kuesioner yang dibagikan: 102

Total kuesioner yang bisa diproses: 102 (Valid)

Total kuesioner yang tidak bisa diproses: 0

Atribut keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan berwujud (*tangible*) digunakan untuk mengukur *Customer Satisfaction Index* (CSI) karena kelima dimensi ini secara komprehensif mencakup aspek utama dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Keandalan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat dan dapat diandalkan. Ketanggapan menilai kesiapan perusahaan dalam membantu pelanggan serta menangani permintaan mereka. Jaminan mencakup pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam menanamkan rasa percaya kepada pelanggan. Empati menunjukkan perhatian dan kepedulian yang diberikan kepada pelanggan, sehingga mereka merasa dihargai secara individual. Terakhir, berwujud mencakup elemen visual atau fasilitas yang dapat dilihat

langsung oleh pelanggan dan mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas layanan. Penggunaan kelima dimensi ini mengikuti model SERVQUAL yang telah terbukti efektif dalam menilai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di berbagai industri.

Tabel 1 Atribut Kualitas Pelayanan

Dimensi	Variabel	Atribut
Keandalan (<i>Reability</i>)	1	ketepatan pengiriman barang sesuai estimasi
	2	Kecepatan waktu pengiriman
	3	Terdapat pemberitahuan mengenai perpindahan barang/paket saat dikirim
	4	Barang/paket diterima dalam kondisi baik dan lengkap
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	5	Ketanggapan dan kesiapan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan
	6	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan
Jaminan (<i>Assurance</i>)	7	Jaminan keselamatan barang sampai pada tujuan
	8	Keamanan saat proses pengiriman barang
	9	Pemberian kompensasi saat barang rusak/hilang
	10	Tarif pengiriman sesuai dengan pelayanan
Empati (<i>Empathy</i>)	11	Kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan
	12	Pelayanan oleh karyawan dilakukan dengan baik
	13	Kemudahan dalam memperoleh pelayanan
Berwujud (<i>Tengible</i>)	14	Kelayakan fasilitas pengiriman yang digunakan
	15	Kebersihan fasilitas yang diberikan

Uji Kecukupan Data

Setelah kuesioner disebarkan, tahap berikutnya melakukan uji kecukupan data guna memastikan bahwa data yang diperoleh telah memadai untuk merepresentasikan populasi. Setelah itu, dilakukan perhitungan minimal kebutuhan data. Penentuan dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan perhitungan pada Persamaan 1.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel yang dicari
- N = Jumlah populasi
- E = *Margin error* yang ditoleransi

Uji Reliabilitas

Menurut Sanaky et al. (2021), reliabilitas berarti bahwa instrumen penelitian harus mampu menghasilkan data yang akurat dan mencerminkan kondisi sebenarnya di lapangan. Setelah uji validitas, langkah selanjutnya adalah memastikan data tersebut reliabel. Untuk

menguji reliabilitas, digunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan bantuan *software* SPSS 22 ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

No	Atribut	Cronbach's Alpha kinerja	Cronbach's Alpha kepentingan	Kriteria	HASIL
1	Tengible	0,807	0,88	>0,6	reliabel
2	Empathy	0,836	0.860	>0,6	reliabel
3	Reability	0,806	0.829	>0,6	reliabel
4	Responsivness	0,872	0.912	>0,6	reliabel
5	Assurance	0,816	0.814	>0,6	reliabel

Jika atribut dalam kuesioner dinyatakan reliabel dalam pengujian *Cronbach's Alpha*, berarti instrumen tersebut konsisten dalam mengukur konsep yang sama di berbagai kondisi. Dalam konteks penelitian, reliabilitas menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner memberikan hasil yang stabil dan dapat dipercaya ketika diulang. Reliabilitas yang tinggi memastikan bahwa data yang diperoleh dapat diandalkan untuk menggambarkan variabel yang diteliti, memungkinkan peneliti untuk membuat kesimpulan yang valid dan generalisasi yang tepat.

Uji Validitas

Uji validitas terkait dengan perubahan yang menentukan ukuran yang seharusnya diukur (Sanaky et al., 2021). Uji validitas data diperlukan untuk menilai apakah kuesioner yang telah dibagikan kepada responden valid atau tidak. Uji validitas dilakukan menggunakan *software* SPSS 22 dan dilakukan dengan teknik *Corrected Corelation*. Berikut langkah-langkah dalam menguji validitas data.

a. Menentukan Hipotesis

H_0 = Butir pertanyaan kuesioner valid

H_1 = Butir pertanyaan kuesioner tidak valid

b. Mencari nilai r tabel untuk mendapatkan angka pada tabel angka kritis nilai r, maka perlu perhitungan derajat kebebasan terlebih dahulu dari tabel r dengan perhitungan sebagai berikut.

Df: $N-2$

Df: $102-2 = 100$

c. Menentukan nilai r hitung

Total nilai r hitung diketahui setelah data diolah menggunakan *software* SPSS 22. Bagian *Corrected Item Total* dari hasil *output* SPSS 22 dapat digunakan untuk mendapatkan nilai r hitung.

Apabila r hitung $>$ r tabel maka H_0 diterima

Apabila r hitung $<$ r tabel maka H_0 ditolak

d. Mengambil keputusan

Dalam melihat hasil dari r hitung dan r tabel perlu dibandingkan antara semua pertanyaan kuesioner yang sudah dijumlahkan menggunakan *software* SPSS 22 yang dapat diketahui pada Tabel 3.

Tabel 3 Uji Validitas

Atribut	R Hitung Kinerja	R Hitung Kepentingan	R Tabel	Hasil
Kelayakan fasilitas pengiriman yang digunakan	0,681	0,848	0,194	VALID
Kebersihan fasilitas yang diberikan	0,846	0,903	0,194	VALID
Kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan	0,833	0,886	0,194	VALID
Pelayanan oleh karyawan dilakukan dengan baik	0,817	0,908	0,194	VALID
Kemudahan dalam memperoleh pelayanan	0,832	0,879	0,194	VALID
Ketepatan pengiriman barang sesuai estimasi	0,718	0,804	0,194	VALID
Kecepatan waktu pengiriman	0,731	0,844	0,194	VALID
Terdapat pemberitahuan mengenai perpindahan barang/paket saat dikirim	0,816	0,882	0,194	VALID
Barang/paket diterima dalam kondisi baik dan lengkap	0,816	0,858	0,194	VALID
Ketanggapan dan kesiapan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan	0,841	0,936	0,194	VALID
Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	0,881	0,942	0,194	VALID
Jaminan keselamatan barang sampai pada tujuan	0,790	0,782	0,194	VALID
Keamanan saat proses pengiriman barang	0,815	0,853	0,194	VALID
Pemberian kompensasi saat barang rusak/hilang	0,831	0,796	0,194	VALID
Tarif pengiriman yang sesuai dengan pelayanan	0,794	0,763	0,194	VALID

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indeks yang dapat mengukur kepuasan berdasarkan atribut tertentu. Atribut dapat berbeda untuk masing-masing industri dan perusahaan. CSI dapat digunakan sebagai alat evaluasi rutin guna mengidentifikasi dan meningkatkan aspek layanan yang belum memenuhi harapan pelanggan (Karima et al., 2022). Sanaky et al. (2021) menyatakan bahwa perhitungan CSI berasal dari rata-rata nilai kinerja dan rata-rata nilai kepentingan dari setiap bobot. Berikut adalah contoh perhitungan untuk atribut 1 ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4 Perhitungan *Customer Satisfaction Index*

Atribut	<i>Mean Importance Score</i>	<i>Mean Satisfaction Score</i>	<i>Weighted Factor</i>	<i>Weight Score</i>
Kelayakan fasilitas pengirimn yang digunakan	4,58	4,58	0,07	0,30
Kebersihan fasilitas yang diberikan	4,39	4,25	0,06	0,27
Kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan	4,66	4,64	0,07	0,31
Pelayanan oleh karyawan dilakukan dengan baik	4,72	4,72	0,07	0,32
Kemudahan dalam memperoleh pelayanan	4,71	4,63	0,07	0,31
Ketepatan pengiriman barang sesuai estimasi	4,73	4,69	0,07	0,32
Kecepatan waktu pengiriman	4,65	4,62	0,07	0,31
Terdapat pemberitahuan mengenai perpindahan barang/paket saat dikirim	4,62	4,63	0,07	0,31
Barang/paket diterima dalam kondisi baik dan lengkap	4,69	4,62	0,07	0,31
Ketanggapan dan kesiapan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan	4,70	4,75	0,07	0,32
Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	4,64	4,63	0,07	0,31
Jaminan keselamatan barang sampai pada tujuan	4,72	4,77	0,07	0,32
Keamanan saat proses pengiriman barang	4,66	4,70	0,07	0,31
Pemberian kompensasi saat barang rusak/hilang	4,75	4,75	0,07	0,32
Tarif pengiriman yang sesuai dengan pelayanan	4,64	4,63	0,07	0,31
JUMLAH	69,81	69,56	1,00	4,64
<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>				0,93

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, atribut kuesioner harapan pelayanan yang mendapat skor paling besar merupakan atribut pemberian kompensasi saat barang rusak/hilang (atribut nomor 14) dengan skor rata-rata sebesar 4,75 sedangkan atribut yang memiliki skor paling kecil merupakan kebersihan fasilitas yang diberikan (atribut nomor 2) dengan skor rata-rata sebesar 4,39. Sehingga perlu keterpaduan dalam pelaksanaan guna mencapai kebersihan dan kerapian karena faktor dari kebersihan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hal tersebut perlu diperhatikan (Stevany et al., 2021). Berdasarkan pernyataan tersebut maka dari 15 (lima belas) atribut kualitas pelayanan seluruhnya dianggap penting karena memiliki rata-rata nilai MIS sebesar 4 (empat). Menurut Mukarromah (2020) adanya kompensasi terhadap barang yang rusak/hilang masih terdapat kaitannya dengan keselamatan barang, sehingga hal tersebut berpengaruh positif bagi kepuasan pelanggan.

Atribut dari kuesioner kinerja pelayanan yang mendapat skor terbesar adalah merupakan atribut jaminan keselamatan barang sampai pada tujuan (atribut nomor 12) dengan skor rata-rata sebesar 4,77. Atribut dengan skor paling kecil yaitu kebersihan fasilitas yang diberikan (atribut nomor 2) dengan skor rata-rata 4,25. Berdasar dari pernyataan tersebut, maka dari ke 15 (lima belas) atribut kualitas pelayanan pada penelitian ini dianggap bekerja dengan baik bagi pelanggan karena memiliki nilai MSS lebih besar dari 4 (empat). Kinerja pada jaminan keselamatan barang sampai tujuan telah menunjukkan nilai yang baik. Penelitian Mukarromah (2020) menyatakan bahwa keselamatan dan kerusakan saat melakukan pengiriman akan berdampak cukup kuat terhadap reputasi perusahaan jasa pengiriman tersebut. Sehingga keselamatan dalam pengiriman akan berpengaruh positif kepada kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima indikator dengan skor tertinggi, yaitu jaminan keselamatan barang sampai tujuan (Jaminan/*Assurance*), ketanggapan dan kesiapan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan (Ketanggapan/*Responsiveness*), pemberian kompensasi saat barang rusak atau hilang (Jaminan/*Assurance*), pelayanan karyawan yang baik (Empati/*Empathy*), dan keamanan selama proses pengiriman barang (Jaminan/*Assurance*). Dari hasil tersebut, dimensi Jaminan/*Assurance* menunjukkan kinerja terbaik yang perlu dipertahankan. Namun, ada tiga indikator dengan skor terendah, yaitu kebersihan fasilitas (Berwujud/*Tangible*), kelayakan fasilitas pengiriman (Berwujud/*Tangible*), dan kondisi barang yang diterima dalam keadaan baik dan lengkap (Keandalan/*Reliability*). Kebersihan fasilitas dalam dimensi Berwujud/*Tangible* menjadi fokus utama untuk ditingkatkan karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Meski secara umum harapan pelanggan sudah terpenuhi, masih ada atribut yang nilainya sedikit lebih rendah, seperti ketepatan pengiriman sesuai estimasi pada atribut Keandalan/*Reliability* dan kemudahan mendapatkan layanan pada atribut Empati/*Empathy*. Secara keseluruhan, penilaian pelayanan kargo EMPU PT Angkasa Pura Logistik menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan hasil sangat puas, dengan kinerja terbaik ada pada dimensi Jaminan/*Assurance* yang memberikan jaminan keselamatan barang sampai tujuan.

DAFTAR PUSTAKA

Anshari, M. I. dan Nieamah, K. F. 2022. *Analisis Tingkat Pelayanan Kargo Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Kargo CV. Citra Queen Express di Bandar Udara Iskandar*. Jurnal Kewarganegaraan, 6 (3): 5935–5946.

- Ardianti, N. P. dan Waluyo, M. 2021. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode CSI dan PGCV Di Toko XYZ*. Tekmapro : Journal of Industrial Engineering and Management 16 (2): 96-107.
- Firnanda, M. R. F. dan Widagdo, D. 2024. *Analisis Kinerja EMPU dalam Melaksanakan Prosedur Incoming Internasional Cargo Human Remains di PT. Angkasa Pura Logistik Cabang Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang*. Journal of Creative Student Research, 2 (4): 233–243.
- Karima, H. Q., Rachmawaty, D., dan Sidik, E. F. 2022. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index terhadap Kedai Kopi X di Kabupaten Tasikmalaya*. Jurnal Teknik Industri (JURTI), 1 (2): 94–102.
- Mukarromah, F. 2020. *Pengaruh Variabel Harga, Keselamatan Barang dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Latimojong Sejati Surabaya*. Tugas Akhir, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhan (STIAMAK) Barunawati: Surabaya.
- Prasetyo, J. A. 2016. *Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Pendekatan Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index (Studi Kasus pada Kantor Pos Processing Center Yogyakarta)*. Tugas Akhir, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., dan Titaley, H. D. 2021. *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah*. Jurnal Simetrik 11 (1): 432–439.
- Sasongko, S. R. 2021. *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan 3 (1): 104-114.
- Stevany, K., Aditama, A. G., Rosalina, A. A., Sulisty, F. T., Andre, V., dan Istijanto. 2021. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Restoran selama Pandemi Covid-19*. Jurnal Akuntansi Ekonomi dan Manajemen Bisnis, 9 (1): 7–16.

